

2024-2029年电视剧行业全景调研与发展发展前景预测报告

报告简介

从电视剧制作市场发展情况看，我国电视剧制作自反映社会生活、意识形态起，题材和内容经过了简单到复杂，单一到多元，短中篇到长篇的一个变化过程。此外，各类题材、风格的电视剧也不断涌现，电视剧艺术表现及其方式也日益拓展，表现方式从以往的戏剧化转变到如今的电影化，最终回归至本位，逐步形成独立、个性的艺术表现方式。发展到今天，国内电视剧的题材多样、内容丰富，表现出一种日益类型化、平稳化、精良化的发展态势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国电视剧市场进行了分析研究。报告在总结中国电视剧行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国电视剧行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为电视剧企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 电视剧行业发展综述 2

第一节 电视剧行业定义及分类 2

一、电视剧定义 2

二、国内发展历史 2

三、电视剧相关类型 6

四、电视剧题材分类 7

第二节 电视剧行业特征分析 8

一、经营模式 8

二、区域性特征 9

三、周期性特征 10

四、娱乐性和教育性 10

五、与电影业特点区别 10

第三节 电视剧行业产业链分析 11

一、电视剧行业产业链简介 11

二、产业链上游发展分析 12

1、剧本及编剧状况 12

2、制片机构状况 14

三、产业链下游发展分析 16

1、电视产业发展分析 16

2、音像出版发展分析 19

3、新媒体发展分析 20

四、电视剧资本运作的产业链发展战略 27

第四节 电视剧行业价值链分析 32

一、题材策划 32

二、拍摄制作 32

三、发行销售 33

四、播放服务 33

第二章 电视剧行业市场环境及影响分析 (PEST) 34

第一节 电视剧行业政治法律环境(P) 34

一、行业监管部门分析 34

二、行业相关法律法规和政策 35

1、电视剧行业相关法规 35

2、影视行业相关法规和政策 36

3、传播与文化产业相关法律、法规和政策 36

第二节 行业经济环境分析(E) 38

一、宏观经济形势分析 38

二、宏观经济环境对行业的影响分析 40

第三节 行业社会环境分析(S) 40

一、电视剧产业社会环境 40

二、社会环境对行业的影响 44

第四节 行业技术环境分析(T) 45

一、电视剧制作技术分析 45

1、电视剧制作流程分析 45

2、演播室直接完成的制作 47

3、对编完成的制作 48

4、支撑艺术上反复创作的制作 49

5、引用时间码(LTC)功能的制作 49

6、引用双重时间码(LTC/VITC)功能的制作 50

7、引用计算机非线性制作 50

二、广播电视传输技术发展分析 50

1、行业技术活跃程度 50

2、行业专利增长趋势 51

3、技术领先企业技术分析 52

4、目前最热门技术分析 52

三、数字技术对电视剧的影响分析 53

1、数字技术综述及在影视剧方面的应用 53

2、数字技术对不同题材电视剧创作的影响 54

3、数字技术对电视剧整体包装的影响 54

4、借鉴电影中数字技术的运用手段 56

5、数字技术运用于电视剧创作的发展前景展望 57

第三章 国际电视剧行业发展分析及经验借鉴 59

第一节 全球电视剧市场总体情况分析 59

一、全球所有节目类型分析 59

二、全球人均收视时间分析 60

三、全球电视剧行业发展现状 60

四、全球电视剧市场类别分析 62

五、全球电视剧竞争格局分析 63

六、全球电视剧市场发展趋势 66

第二节 美国电视剧市场发展分析 78

一、美国电视剧发展综述 78

二、美国电视剧产品生产流程 81

三、美国电视剧产量与结构 82

四、美国电视剧营销分析 84

五、美国电视剧主要赢利点 88

第三节 韩国电视剧市场发展分析 89

一、韩国电视剧制作机构 89

二、韩国电视剧产量分析 90

三、韩国电视剧类型与播出特点 90

四、韩国电视剧主要收视分析 90

五、韩国电视剧在中国传播分析 94

第四节 日本电视剧市场发展分析 96

一、日本电视产业概述 96

二、日本电视剧类型与播出特点 97

三、日本电视剧特征分析 101

四、日本电视剧主要收视分析 102

- 五、日本电视剧在中国传播分析 102
- 第五节 中国电视剧行业的国际比较分析 104
 - 一、中国、美国、泰国电视剧产业链比较分析 104
 - 1、产业链上游-电视剧制作播出模式比较分析 104
 - 2、产业链中游-电视剧经营销售模式比较分析 105
 - 3、产业链下游-电视剧的衍生产品比较分析 107
 - 二、国内外电视剧产业比较分析 108
 - 1、中美电视剧行业比较分析 108
 - 2、中韩电视剧行业比较分析 110
 - 三、国内外周播剧比较分析 114
 - 1、剧目立项及审查制度不同 114
 - 2、制作模式及收视习惯不同 115
 - 3、获利方式不同 115
 - 四、国外电视剧的发展模式启示分析 116
 - 1、美剧的发展模式 116
 - 2、英剧的发展模式 117
 - 3、韩剧的发展模式 119
 - 4、对国产剧的启示 120
- 第二部分 行业深度分析
- 第四章 我国电视剧行业运行现状分析 122
- 第一节 我国电视剧行业发展状况分析 122
 - 一、我国电视剧播放模式 122
 - 二、我国电视剧行业发展总体概况 123
 - 三、我国电视剧行业发展特点分析 123

- 四、我国电视剧行业商业模式分析 126
- 第二节 我国电视剧行业发展现状 128
- 一、我国电视剧行业市场规模 128
- 1、我国电视剧市场交易规模 128
- 2、我国电视剧播出量 128
- 3、我国电视剧投资规模 128
- 二、我国电视剧行业发展分析 129
- 1、电视剧平均收视分析 129
- 2、网络自制剧发展分析 129
- 3、剧集制作费用分析 130
- 4、“独播剧狂热”分析 132
- 5、台网互动播出分析 133
- 6、各大卫视电视剧收视率情况 133
- 7、文艺工作座谈会分析 134
- 8、我国影视行业薪酬现状分析 134
- 三、我国电视剧企业发展分析 135
- 1、我国电视剧企业制作、发行情况分析 135
- 2、主要经营情况分析 135
- 3、主要企业业务对比分析 135
- 4、我国电视剧企业排名 135
- 5、主要企业在卫视频道播出情况 136
- 第三节 我国电视剧市场情况分析 137
- 一、我国电视剧市场总体概况 137
- 1、剧目类型多样化 137

- 2、行业面临“洗牌” 137
- 3、知识产权受保护 137
- 二、我国电视台情况分析 138
- 二、我国电视台情况分析 138
- 1、行业分化趋势明显 138
- 2、探索新的拼播模式 139
- 3、电视台自制剧发展情况 139
- 第四节 我国电视剧市场价格走势分析 140
- 一、电视剧市场定价模式分析 140
- 二、内地十大最贵电视剧分析 140
- 三、热门电视剧单集价格走势 141
- 四、2024-2029年电视剧价格总体走势预测 141
- 第五章 我国电视剧市场热点专题分析 143
- 第一节 “限令”对电视剧行业的影响分析 143
- 一、“限播令”对电视剧行业的影响分析 143
- 二、“限娱令”对电视剧行业的影响分析 144
- 三、“限广令”对电视剧行业的影响分析 145
- 四、“限外令”对电视剧行业的影响分析 147
- 第二节 三网融合对电视剧行业的影响分析 147
- 一、三网融合概述 147
- 1、三网融合定义及涉及领域 147
- 2、三网融合包含四要素分析 148
- 3、发展三网融合积极意义 149
- 二、三网融合对电视剧的影响分析 150

- 1、三网融合的发展历程 150
- 2、三网融合背景下民营电视剧的版权分析 153
- 3、三网融合有利于电视剧的发展 154
- 三、三网融合进展分析 155
- 第三节 “一剧两星” 政策对电视剧行业的影响分析 155
- 一、“一剧两星” 政策的出台背景 155
- 二、对卫视频道的影响 156
- 三、对电视剧行业的影响 156
- 四、“一剧两星” 实行的利弊分析 157
- 第四节 电视剧周播模式分析 158
- 一、中国周播剧现状 158
- 二、中国周播剧特点 160
- 三、中国周播剧发展的限制因素 161
- 四、中国周播剧发展机遇 161
- 第五节 独播剧、自制剧和定制剧分析 162
- 一、自制剧、独播剧与定制剧的概念 162
- 二、国内自制剧分析 163
- 三、定制剧与自制剧的现状 165
- 四、国内定制剧将占据主流 165
- 第六节 互联网电视盒子市场现状和模式探讨 166
- 一、互联网电视盒子市场现状 166
- 二、互联网电视盒子市场问题 170
- 三、互联网电视盒子市场主体 171
- 四、互联网电视盒子发展模式 171

第七节 电视剧的电影改编分析	172
一、改编的可行性及动因	172
二、电影到电视剧的文本转换	172
三、改编的策略分析	172
第八节 中国制播分离制度分析	173
一、制播分离政策环境分析	173
二、制播分离模式分析	173
1、栏目承包制	173
2、节目购买型	174
3、全频道的制播分离	174
4、整体的制播分离型	174
三、制播分离的重要性解析	174
四、制播分离成功案例分析	175
1、体制内分离：上海文广转企改制	175
2、体制外分离：《中国好声音》	178
五、电视剧制播分离现存问题	179
六、制播分离发展前景分析	180
第九节 中国电视剧市场播放终端热点分析	181
一、优质IP资源争夺愈加激烈	181
二、精品剧IP效应	181
三、网络端与电视端并驾齐驱	182
四、付费观看新模式成新趋势	182
第六章 我国电视剧市场供需形势分析	183
第一节 电视剧行业产能分析	183

- 一、广播电视制作经营许可证分析 183
- 二、电视剧行业备案机构数量分析 187
- 三、电视剧行业备案题材分析 187
- 第二节 电视剧行业供给分析 188
 - 一、电视剧行业供给方分析 188
 - 二、电视剧行业发行数量分析 188
 - 三、电视剧行业发行题材比重分析 188
 - 四、电视剧生产情况综述 189
 - 五、我国电视剧生产特征分析 189
 - 1、产量下降，质量要求更高 189
 - 2、生产成本提高，进入亿元大片时代 190
 - 3、定制剧影响产业布局，台企合作考验生存本领 190
- 第三节 电视剧行业需求分析 191
 - 一、电视剧行业需求方分析 191
 - 二、电视剧行业交易额分析 192
 - 三、电视剧播出和收视比重 193
 - 四、各级频道电视剧播出和收视比重 193
- 第四节 电视剧行业供需平衡分析 194
- 第五节 电视剧行业进出口市场分析 194
 - 一、我国进出口行业政策分析 194
 - 二、电视剧行业进口情况分析 195
 - 1、电视剧行业进口总量 195
 - 2、电视剧行业进口总额 195
 - 3、进口剧播放情况 195

4、进口剧题材类型 195

三、电视剧行业 196

1、电视剧行业出口总量 196

2、电视剧行业出口总额 196

3、出口剧集题材类型 196

四、电视剧行业进出口市场展望 197

五、我国电视剧进出口建议 197

第三部分 市场全景调研

第七章 我国电视剧制作与发行市场分析 198

第一节 电视剧制作与发行市场特征分析 198

一、六成电视剧属原创，改编型作品属辅助地位 198

二、类型化创作趋势出现，小众题材更容易出名编 199

三、收视市场逐渐形成一线“金牌”编剧圈 199

四、电视剧行业投资热情高涨，获批发行量高居不下 201

五、电视剧资源流通速度加快，近一半新剧当年首播 201

第二节 电视剧制片市场分析 202

一、制作许可证申领流程及相关政策 202

二、制作许可证持证数量分析 207

三、制作机构构成情况 208

第三节 电视剧制作市场规模分析 209

一、2019-2023年国产电视剧题材数量及比例 209

1、当代题材 209

2、现代题材 210

3、近代题材 210

- 4、古代题材 211
- 5、重大题材 211
- 二、热播题材电视剧成功因素分析 211
 - 1、谍战剧 211
 - 2、战争剧 212
 - 3、都市情感剧 213
 - 4、家庭伦理剧 216
 - 5、玄幻仙侠剧 218
- 第四节 电视剧制作市场份额分析 219
 - 一、制作机构TOP10市场份额 219
 - 二、制作机构集中度分析 220
 - 三、制作机构市场竞争格局分析 220
- 第五节 电视剧发行市场分析 220
 - 一、电视剧发行方式 220
 - 二、电视剧的两次发行 221
 - 三、电视剧的四级发行市场 222
 - 四、电视剧版权价格分析 222
 - 五、新媒体环境开创电视剧发行的新渠道 224
 - 1、电视剧经电视台和网络同步或跟从播出 224
 - 2、电视剧经网络走红后电视台再次播映 224
 - 3、电视剧以互联网作为播放的首映平台 225
 - 4、互联网网站直接投拍网络电视剧 225
 - 六、国产电视剧网络发行分析 225
- 第八章 我国电视剧播出与收视市场分析 227

- 第一节 电视剧播出与收视市场特征分析 227
 - 一、电视剧市场的播出与收视总量 227
 - 二、电视剧各题材播出与收视 228
 - 三、网络IP成为现象级大剧的必要条件 229
 - 四、“魔幻”题材成为2017新宠儿 229
 - 五、电视剧网播告别免费，开始“先网后台” 229
 - 六、二线卫视价格难以负重，优质剧目二轮或成趋势 230
- 第二节 电视剧传统播出平台分析 230
 - 一、中央级各频道电视剧播出状况 230
 - 二、省级卫视频道电视剧播出状况 231
 - 三、省级非上星频道及市级频道播出状况 232
- 第三节 电视剧网络播出平台分析 232
 - 一、视频网民状况概述 232
 - 1、视频网民人数 232
 - 2、视频网民结构 232
 - 3、网民最关注视频类型 233
 - 二、网络视频行业整体概况 233
 - 1、网络视频行业用户规模 233
 - 2、网络视频行业市场规模 234
 - 3、电视与网络受众群在电视剧选择差异分析 234
 - 三、视频网站收入构成分析 235
 - 四、电视剧网络播出平台分析 236
 - 五、网络电视剧盈利模式分析 236
 - 1、广告模式 236

- 2、用户付费模式(B2C) 236
- 3、版权营销模式(B2B) 236
- 4、CPM分析 237
- 六、网络自制剧分析 237
- 七、网络电视剧与传统电视剧对比 239
- 第四节 中国电视剧播出分析 241
 - 一、电视剧播出大事盘点 241
 - 二、各级频道电视剧播出份额对比 244
 - 三、不同类型电视剧播出份额变化 245
 - 四、我国电视剧播出特征分析 245
 - 1、电视剧是立台之本 245
 - 2、中央、省级卫视、地面频道三国演义，央视地位面临挑战 245
 - 3、电视剧老少咸宜、大众基础庞大 246
 - 4、现代都市情感生活和革命历史题材成为收视亮点 246
 - 5、电视剧播出平台强弱分明，逐渐分化 247
 - 6、独播、首播剧具有一定的份额优势 247
 - 7、电视剧播出方式更加灵活多样 248
 - 8、电视剧资源利用率有所下降 248
 - 9、电视剧的网络和新媒体市场明显扩展 249
- 第五节 电视剧行业收视分析 250
- 第六节 电视剧行业收入分析 254
- 第九章 我国电视剧行业营销趋势及策略分析 256
 - 第一节 电视剧行业营销环境 256
 - 一、电视剧产业的内部环境 256

- 二、国家文化政策的影响 256
- 三、市场受众需求的变化 257
- 第二节 电视剧行业营销渠道 257
 - 一、电视剧行业营销方式 257
 - 二、电视剧行业营销渠道 258
- 第三节 电视剧行业营销问题 258
 - 一、机制问题带来的营销问题 258
 - 二、中国电视剧的消费者问题 259
 - 三、电视剧的制片方营销问题 260
 - 四、电视剧营销问题的根源探究 260
- 第四节 电视剧行业营销趋势分析 261
 - 一、电视剧营销“技术化” 261
 - 二、电视剧营销“大片化” 262
 - 三、电视剧营销“品牌化” 263
 - 四、电视剧营销“国际化” 263
- 第五节 电视剧市场营销的战略 264
 - 一、市场细分选择目标市场 264
 - 二、电视剧定位 266
 - 三、营销组合 266
- 第六节 电视剧市场营销的战术 273
 - 一、地毯式轰炸 273
 - 二、主动出击 274
 - 三、随片就市，不失时机 274
 - 四、逆时而动，与众不同 274

- 五、蓄势不发，以待佳期 274
- 六、两步发行，提前回本 275
- 七、渐进有序，梅开二度 275
- 八、力炒卖点，正反结合 275
- 九、制造观众，大小通吃 275
- 十、优化组合，以老带新 276
- 十一、利用资源，开创品牌 276
- 十二、立足国内，放眼海外 276
- 第七节 电视剧行业营销的模式及策略分析 276
 - 一、电视剧营销模式分析 276
 - 二、制作方营销策略分析 280
 - 三、播出方营销策略分析 285
 - 四、电视剧发行营销模式策略分析 291
- 第四部分 竞争格局分析
- 第十章 2024-2029年电视剧行业竞争形势及策略 295
 - 第一节 行业总体市场竞争状况分析 295
 - 一、电视剧行业竞争结构分析 295
 - 二、电视剧行业企业间竞争格局分析 296
 - 三、电视剧行业集中度分析 296
 - 四、电视剧行业SWOT分析 296
 - 第二节 电视剧行业竞争特点分析 297
 - 一、对观众注意力资源的争夺，省级卫视整体占优 297
 - 二、对优秀剧目资源的争夺，强势平台占优 297
 - 三、收视扁平化、平庸化，顶尖剧目严重缺乏 297

- 四、市场重新洗牌，竞争格局有待明朗 297
- 五、独家首播成为竞争利器，多家首播胜在联合 297
- 第三节 电视剧行业竞争格局分析 298
 - 一、国内外电视剧竞争分析 298
 - 二、我国电视剧市场竞争分析 299
 - 三、我国电视剧市场集中度分析 299
 - 四、国内主要电视剧企业动向 299
- 第四节 电视剧市场竞争策略分析 300
 - 一、独播剧红海力争潮头，自制、外购因地制宜 300
 - 二、自制剧外销，与兄弟电视台竞合求双赢 300
 - 三、创新营销方案，加大自制剧植入广告 301
 - 四、探索微剧模式，打造电视剧竞争新掘金点 302
 - 五、台网联动，大剧播出携手视频网站优势互补 302
- 第十一章 2024-2029年电视剧行业领先企业经营形势分析 304
 - 第一节 电视剧制作公司经营分析 304
 - 一、浙江华策影视股份有限公司 304
 - 1、企业发展简介分析 304
 - 2、企业电视剧制作分析 304
 - 3、企业经营收入构成 305
 - 4、企业偿债能力 306
 - 5、企业经营效率 306
 - 6、企业发展能力 306
 - 7、企业获利能力 307
 - 8、企业现金流量 308

- 9、企业投资收益 308
- 10、企业运营模式分析 308
- 11、企业竞争力分析 309
- 12、企业经营及发展策略 311
- 二、华谊兄弟传媒股份有限公司 312
 - 1、企业发展简介分析 312
 - 2、企业电视剧制作分析 313
 - 3、企业经营收入构成 314
 - 4、企业偿债能力 314
 - 5、企业经营效率 314
 - 6、企业发展能力 315
 - 7、企业获利能力 315
 - 8、企业现金流量 315
 - 9、企业投资收益 316
 - 10、企业运营模式分析 316
 - 11、企业竞争力分析 317
 - 12、企业经营及发展策略 317
- 三、中视传媒股份有限公司 318
 - 1、企业发展简介分析 318
 - 2、企业电视剧制作分析 318
 - 3、企业经营收入构成 318
 - 4、企业偿债能力 319
 - 5、企业经营效率 319
 - 6、企业发展能力 319

- 7、企业获利能力 320
- 8、企业现金流量 320
- 9、企业投资收益 321
- 10、企业运营模式分析 321
- 11、企业竞争力分析 322
- 12、企业经营及发展策略 322
- 四、北京光线传媒股份有限公司 324
 - 1、企业发展简介分析 324
 - 2、企业电视剧制作分析 324
 - 3、企业经营收入构成 325
 - 4、企业偿债能力 325
 - 5、企业经营效率 326
 - 6、企业发展能力 326
 - 7、企业获利能力 326
 - 8、企业现金流量 327
 - 9、企业投资收益 327
 - 10、企业运营模式分析 327
 - 11、企业竞争力分析 328
 - 12、企业经营及发展策略 329
- 五、北京华录百纳影视股份有限公司 329
 - 1、企业发展简介分析 329
 - 2、企业电视剧制作分析 329
 - 3、企业经营收入构成 330
 - 4、企业偿债能力 331

- 5、企业经营效率 331
- 6、企业发展能力 331
- 7、企业获利能力 332
- 8、企业现金流量 332
- 9、企业投资收益 332
- 10、企业运营模式分析 333
- 11、企业竞争力分析 333
- 12、企业经营及发展策略 334
- 六、海润影视制作有限公司 335
 - 1、企业发展简介分析 335
 - 2、企业电视剧制作分析 336
 - 3、企业经营情况分析 336
 - 4、企业运营模式分析 337
 - 5、企业竞争力分析 337
 - 6、企业经营及发展策略 338
- 七、北京小马奔腾壹影视文化发展有限公司 339
 - 1、企业发展简介分析 339
 - 2、企业电视剧制作分析 339
 - 3、企业经营情况分析 340
 - 4、企业运营模式分析 341
 - 5、企业竞争力分析 342
 - 6、企业经营及发展策略 342
- 八、慈文传媒股份有限公司 343
 - 1、企业发展简介分析 343

- 2、企业电视剧制作分析 343
- 3、企业经营情况分析 344
- 4、企业运营模式分析 344
- 5、企业竞争力分析 345
- 6、企业经营及发展策略 346
- 九、欢瑞世纪(东阳)影视传媒有限公司 346
 - 1、企业发展简介分析 346
 - 2、企业电视剧制作分析 347
 - 3、企业经营情况分析 348
 - 4、企业运营模式分析 349
 - 5、企业竞争力分析 350
 - 6、企业经营及发展策略 351
- 十、北京电视艺术中心有限公司 352
 - 1、企业发展简介分析 352
 - 2、企业电视剧制作分析 353
 - 3、企业经营情况分析 353
 - 4、企业运营模式分析 354
 - 5、企业竞争力分析 354
 - 6、企业经营及发展策略 354
- 十一、广东强视影业传媒有限公司 355
 - 1、企业发展简介分析 355
 - 2、企业电视剧制作分析 356
 - 3、企业经营情况分析 356
 - 4、企业运营模式分析 357

5、企业竞争力分析 358

6、企业经营及发展策略 359

十二、苏州福纳文化科技股份有限公司 360

1、企业发展简介分析 360

2、企业电视剧制作分析 361

3、企业经营情况分析 361

4、企业运营模式分析 362

5、企业竞争力分析 362

6、企业经营及发展策略 362

十三、上海唐人影视有限公司 362

1、企业发展简介分析 362

2、企业电视剧制作分析 363

3、企业经营情况分析 363

4、企业运营模式分析 364

5、企业竞争力分析 365

6、企业经营及发展策略 366

十四、北京鑫宝源影视投资有限公司 367

1、企业发展简介分析 367

2、企业电视剧制作分析 368

3、企业经营情况分析 368

4、企业运营模式分析 368

5、企业竞争力分析 369

6、企业经营及发展策略 369

十五、中国电视剧制作中心有限责任公司 369

1、企业发展简介分析 369

2、企业电视剧制作分析 370

3、企业经营情况分析 370

4、企业运营模式分析 371

5、企业竞争力分析 371

6、企业经营及发展策略 371

十六、中国国际电视总公司 372

1、企业发展简介分析 372

2、企业电视剧制作分析 372

3、企业经营情况分析 372

4、企业运营模式分析 373

5、企业竞争力分析 373

6、企业经营及发展策略 373

十七、芒果影视文化有限公司 374

1、企业发展简介分析 374

2、企业电视剧制作分析 375

3、企业经营情况分析 375

4、企业运营模式分析 376

5、企业竞争力分析 376

6、企业经营及发展策略 376

十八、大连天歌传媒股份有限公司 377

1、企业发展简介分析 377

2、企业电视剧制作分析 377

3、企业经营情况分析 378

- 4、企业运营模式分析 378
- 5、企业竞争力分析 379
- 6、企业经营及发展策略 380
- 十九、上海电影(集团)有限公司 380
 - 1、企业发展简介分析 380
 - 2、企业电视剧制作分析 381
 - 3、企业经营情况分析 381
 - 4、企业运营模式分析 382
 - 5、企业竞争力分析 383
 - 6、企业经营及发展策略 383
- 二十、上海新文化传媒集团股份有限公司 383
 - 1、企业发展简介分析 383
 - 2、企业电视剧制作分析 384
 - 3、企业经营情况分析 385
 - 4、企业运营模式分析 385
 - 5、企业竞争力分析 386
 - 6、企业经营及发展策略 387
- 第二节 电视剧网络播出平台经营分析 388
 - 一、乐视网 388
 - 1、平台发展简介分析 388
 - 2、平台的电视剧购买分析 389
 - 3、平台的电视剧播出分析 389
 - 5、平台竞争力分析 390
 - 6、平台经营情况分析 391

7、平台最新发展动向 391

8、平台发展策略分析 391

二、爱奇艺 392

1、平台发展简介分析 392

2、平台的电视剧购买分析 393

3、平台的电视剧播出分析 394

4、平台的电视剧收视分析 394

5、平台竞争力分析 394

6、平台经营情况分析 394

7、平台最新发展动向 395

8、平台发展策略分析 395

三、优酷网 396

1、平台发展简介分析 396

2、平台的电视剧购买分析 396

3、平台的电视剧播出分析 397

4、平台的电视剧收视分析 397

5、平台竞争力分析 397

6、平台经营情况分析 398

7、平台最新发展动向 398

8、平台发展策略分析 398

四、腾讯网 399

1、平台发展简介分析 399

2、平台的电视剧购买分析 399

3、平台的电视剧播出分析 400

- 4、平台的电视剧收视分析 400
- 5、平台竞争力分析 400
- 6、平台经营情况分析 401
- 7、平台最新发展动向 401
- 8、平台发展策略分析 401
- 五、搜狐视频 402
 - 1、平台发展简介分析 402
 - 2、平台的电视剧购买分析 402
 - 3、平台的电视剧播出分析 403
 - 4、平台的电视剧收视分析 403
 - 5、平台竞争力分析 403
 - 6、平台经营情况分析 403
 - 7、平台最新发展动向 404
 - 8、平台发展策略分析 404
- 六、土豆网 404
 - 1、平台发展简介分析 404
 - 2、平台的电视剧购买分析 404
 - 3、平台的电视剧播出分析 405
 - 4、平台的电视剧收视分析 405
 - 5、平台竞争力分析 405
 - 6、平台经营情况分析 405
 - 7、平台最新发展动向 405
 - 8、平台发展策略分析 406
- 七、芒果TV 406

- 1、平台发展简介分析 406
 - 2、平台的电视剧购买分析 407
 - 3、平台的电视剧播出分析 407
 - 4、平台的电视剧收视分析 407
 - 5、平台竞争力分析 407
 - 6、平台经营情况分析 408
 - 7、平台最新发展动向 408
 - 8、平台发展策略分析 408
- 八、哔哩哔哩 409
- 1、平台发展简介分析 409
 - 2、平台的电视剧购买分析 409
 - 3、平台的电视剧播出分析 409
 - 4、平台的电视剧收视分析 410
 - 5、平台竞争力分析 410
 - 6、平台经营情况分析 411
 - 7、平台最新发展动向 411
 - 8、平台发展策略分析 411
- 九、响巢看看 412
- 1、平台发展简介分析 412
 - 2、平台的电视剧购买分析 412
 - 3、平台的电视剧播出分析 412
 - 4、平台的电视剧收视分析 412
 - 5、平台竞争力分析 413
 - 6、平台经营情况分析 413

7、平台最新发展动向 413

8、平台发展策略分析 414

十、PPTV 414

1、平台发展简介分析 414

2、平台的电视剧购买分析 414

3、平台的电视剧播出分析 415

4、平台的电视剧收视分析 415

5、平台竞争力分析 415

6、平台经营情况分析 416

7、平台最新发展动向 416

8、平台发展策略分析 416

第五部分 发展前景展望

第十二章 2024-2029年电视剧行业前景及趋势预测 417

第一节 2024-2029年电视剧市场发展前景 417

一、电视剧制作企业收入具有前瞻性 417

二、电视剧交易额增长具有稳定性 418

三、一线卫视电视剧采购规模仍将扩大 418

第二节 2024-2029年电视剧制作趋势分析 418

一、影视与资本市场融合趋势 418

二、电视台自制剧比重提高趋势 420

三、电视剧连播利好电视剧制作方分析 420

四、3D电视技术发展趋势分析 421

第三节 2024-2029年电视剧发行市场趋势预测 424

一、精品剧发行趋势分析 424

- 二、电视剧整合营销与新媒体营销趋势 424
- 三、制作公司布局新媒体发行趋势 425
- 第四节 2024-2029年电视剧播出收视趋势预测 428
 - 一、网台联播双向互动趋势明显 428
 - 二、卫视竞争格局不断调整 428
 - 三、限娱令释放电视剧播出空间 430
- 第五节 2024-2029年视频网站发展趋势预测 430
 - 一、视频网站购买电视剧形势分析 430
 - 二、视频网站新的业务增长点分析 431
 - 三、视频网站竞争趋势分析 432
 - 四、网络自制剧产业布局趋势 434
- 第六节 2024-2029年中国电视剧行业供需预测 435
 - 一、2024-2029年中国电视剧行业供给预测 435
 - 二、2024-2029年中国电视剧行业需求预测 436
 - 三、2024-2029年中国电视剧行业供需平衡预测 436
- 第十三章 2024-2029年电视剧行业投资价值评估 437
 - 第一节 电视剧的商业特性分析 437
 - 一、品质特性 437
 - 二、边际成本特性 437
 - 三、产品衍生功能 437
 - 四、成本与效益的关系 438
 - 第二节 电视剧的盈利渠道分析 439
 - 一、电视剧创造的产品及其赢利方式 439
 - 二、电视剧的近期效益与长远效益 442

- 三、国产电视剧盈利创新渠道探索 443
- 第三节 电视剧制作中的广告植入分析 444
 - 一、国产电视剧植入广告发展现状 444
 - 二、国产电视剧植入广告镜头表现 446
 - 三、国产电视剧植入式广告的机会 448
- 第四节 电视剧衍生产业开发思路分析 449
 - 一、书报刊与电子出版物发行 449
 - 二、广播与电影服务 450
 - 三、文艺创作及表演服务 450
 - 四、互联网信息服务 451
 - 五、旅游及娱乐文化服务 451
 - 六、文化产品出租与拍卖服务 451
 - 七、文化用品生产 452
 - 八、版权服务 452
- 第五节 2024-2029年电视剧行业投资价值评估分析 453
 - 一、电视剧需求空间巨大 453
 - 二、电视剧投入回报率较高 454
 - 三、行业具备中长期投资价值 454
- 第十四章 2024-2029年电视剧行业投资机会与风险 456
 - 第一节 电视剧行业融资分析 456
 - 一、电视剧行业融资模式 456
 - 1、政府融资 456
 - 2、海外融资 456
 - 3、广告公司的融资 457

- 4、社会公司募集资金 457
- 5、制作公司和电视台合作 457
- 6、国内现阶段电视剧的其他融资渠道 457
- 二、电视剧行业融资分析 458
 - 1、电视剧融资环境分析 458
 - 2、电视剧融资特点分析 459
 - 3、电视剧融资规模分析 459
 - 4、电视剧融资策略分析 459
- 第二节 电视剧行业投资分析 461
 - 一、电视剧行业投资现状 461
 - 1、社会资金投入比例低 461
 - 2、跨行业投资步履艰难 461
 - 二、电视剧行业投资形势 461
 - 1、古装剧回暖育儿剧升温 461
 - 2、影视投资降温购方联手升温 462
 - 3、视频网站加大自制剧并开拓海外剧 462
- 第三节 2024-2029年电视剧行业投资机会 463
 - 一、产业链投资机会 463
 - 二、细分市场投资机会 464
 - 三、重点区域投资机会 465
 - 四、电视剧行业投资机遇 465
 - 1、精品剧投资机会大 465
 - 2、卫视黄金档投资机会 466
 - 3、新媒体电视剧投资机会 467

第四节 2024-2029年电视剧行业投资风险及防范 468

- 一、政策监管风险 468
- 二、税收政策风险 469
- 三、竞争加剧风险 469
- 四、知识产权纠纷风险 470
- 五、联合投资制作风险 470
- 六、安全生产的风险 471

第五节 中国电视剧行业投资建议 472

- 一、电视剧行业未来发展方向 472
- 二、中国电视剧企业融资分析 474
- 三、电视剧行业主要投资建议 475
 - 1、择机上市 475
 - 2、投资定制剧 475
 - 3、投资精品剧 480
 - 4、投资新媒体播放平台 484

第六部分 发展战略研究

第十五章 2024-2029年电视剧行业面临困境及对策 486

第一节 电视剧行业面临的困境 486

- 一、题材扎堆，追风模仿严重 486
- 二、比现实残酷的电视剧 486
- 三、农村题材电视剧辉煌背后的隐忧 487
- 四、儿童题材的缺失和历史题材的虚无主义 487

第二节 电视剧行业解决困境的对策 488

- 一、电视剧题材的拓展 488

- 1、题材的发掘要有广度 488
- 2、题材开掘要有深度 488
- 二、创作手法的突破和创新 489
 - 1、叙事功能的探索 489
 - 2、注重人物的塑造和内心的揭示 491
- 三、丰富电视剧的文化内涵 491
 - 1、注重伦理道德提倡人文关怀 491
 - 2、倡导先进文化弘扬时代精神 492
 - 3、始终保持优良的民族传统文化 492
- 第三节 中国电视剧行业存在的问题及对策 492
 - 一、中国电视剧行业存在的问题 492
 - 1、题材狭窄，缺乏新鲜感 492
 - 2、剪接失度，冗长拖沓 492
 - 3、见好不收，狗尾续貂 493
 - 4、移植失当，膨化虚空 493
 - 5、语言直白，缺乏生动 493
 - 6、重导轻编，位置失当 493
 - 二、电视剧行业发展的建议对策 493
 - 三、市场的重点客户战略实施 495
- 第十六章 电视剧行业发展战略研究 496
 - 第一节 对我国电视剧品牌的战略思考 496
 - 一、电视剧品牌的重要性 496
 - 二、电视剧实施品牌战略的意义 497
 - 三、电视剧企业品牌的现状分析 498

四、我国电视剧企业的品牌战略 499

五、电视剧品牌战略管理的策略 501

第二节 电视剧经营策略分析 502

一、电视剧市场细分策略 502

二、电视剧市场创新策略 502

三、品牌定位与品类规划 504

四、电视剧新产品差异化战略 504

第三节 电视剧行业投资战略研究 505

一、2019-2023年电视剧行业投资战略 505

二、2024-2029年电视剧行业投资战略 506

三、2024-2029年细分行业投资战略 507

第四节 研究结论及发展建议 508

一、电视剧行业研究结论及建议 508

二、电视剧子行业研究结论及建议 508

三、中道泰和电视剧行业发展建议 509

图表目录

图表：电视剧行业产业链结构 10

图表：电视剧行业相关法规 34

图表：影视行业相关法规政策 35

图表：传播与文化产业相关法律法规政策 35

图表：2019-2023年我国宏观GDP及增长趋势 38

图表：2019-2023年我国三次产业增加值占国内生产总值比重 38

图表：2019-2023年全社会固定资产投资 39

图表：2019-2023年年末我国人口数及其构成 40

图表：2019-2023年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 40

图表：2019-2023年城镇新增就业人数 41

图表：2019-2023年居民消费价格月度涨跌幅度 41

图表：2019-2023年居民消费价格比2019-2023年涨跌幅度 42

图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入及其增长速度 43

图表：2019-2023年全国居民人均消费支出及其构成 43

图表：2019-2023年我国广电领域专利申请数量 50

图表：2019-2023年广电领域专利增长趋势 51

图表：全球电视节目类型划分 59

图表：全球部分国家关闭模拟信号的时间表 60

图表：中国、美国、泰国电视剧产业链上游比较 103

图表：2019-2023年电视剧收视率前十排名 128

图表：各大电视剧收视率 133

图表：电视剧企业排名 135

图表：主要企业在卫视频道播出情况 135

图表：中国内地十大最贵电视剧分析 140

图表：三网融合的电视剧市场产业链 154

图表：2019-2023年我国电视剧行业备案机构数量分析 186

图表：2019-2023年我国电视剧行业获得发行许可证的电视剧总量分析 186

图表：2019-2023年全国备案拍摄制作的电视剧题材分布 186

图表：2019-2023年全国发行电视剧题材分布 187

图表：2019-2023年电视剧行业交易额分析 191

图表：2019-2023年各类题材电视剧的播出及收视比重(18:00-24:00, 80城市) 192

图表：2019-2023年各频道电视剧收视份额 192

- 图表：2019-2023年我国电视剧行业进口总额 194
- 图表：2019-2023年我国电视剧行业出口总额 195
- 图表：2019-2023年我国取得电视剧制作许可证(甲种)的机构数量 207
- 图表：2019-2023年我国电视剧公司及产出数量 208
- 图表：2019-2023年国产电视剧当代题材数量及比例 209
- 图表：2019-2023年国产电视剧现代题材数量及比例 209
- 图表：2019-2023年国产电视剧近代题材数量及比例 209
- 图表：2019-2023年国产电视剧古代题材数量及比例 210
- 图表：2019-2023年国产电视剧重大题材数量及比例 210
- 图表：电视剧制作机构各代表类型和主要机构 218
- 图表：2019-2023年大剧单机发行价格区间 223
- 图表：我国网络视频行业用户规模分析 232
- 图表：网络视频行业市场规模分析 233
- 图表：视频网站收入构成分析 234
- 图表：2019-2023年电视剧收视率排名 249
- 图表：前8家制作集数 298
- 图表：2019-2023年上半年华策影视股份有限公司主营收入 305
- 图表：2019-2023年华策影视股份有限公司偿债能力 305
- 图表：2019-2023年华策影视股份有限公司盈利质量 305
- 图表：2019-2023年华策影视股份有限公司发展能力 306
- 图表：2019-2023年华策影视股份有限公司盈利能力 306
- 图表：2019-2023年上半年华策影视股份有限公司现金流量表 307
- 图表：2019-2023年华策影视股份有限公司投资收益情况 307
- 图表：2019-2023年上半年华谊兄弟传媒股份有限公司主营收入 313

- 图表：2019-2023年上半年华谊兄弟传媒股份有限公司偿债能力 313
- 图表：2019-2023年上半年华谊兄弟传媒盈利质量 314
- 图表：2019-2023年华谊兄弟传媒股份有限公司发展能力 314
- 图表：2019-2023年华谊兄弟传媒股份有限公司盈利能力 314
- 图表：2019-2023年上半年华谊兄弟传媒股份有限公司现金流量表 315
- 图表：2019-2023年华谊兄弟传媒股份有限公司投资收益情况 315
- 图表：2019-2023年上半年中视传媒股份有限公司主营收入 318
- 图表：2019-2023年上半年中视传媒股份有限公司偿债能力 318
- 图表：2019-2023年上半年中视传媒股份有限公司盈利质量 318
- 图表：2019-2023年中视传媒股份有限公司发展能力 319
- 图表：2019-2023年中视传媒股份有限公司盈利能力 319
- 图表：2019-2023年上半年中视传媒股份有限公司现金流量表 320
- 图表：2019-2023年中视传媒股份有限公司投资收益情况 320
- 图表：2019-2023年上半年光线传媒股份有限公司主营收入 324
- 图表：2019-2023年上半年光线传媒股份有限公司偿债能力 325
- 图表：2019-2023年上半年光线传媒股份有限公司盈利质量 325
- 图表：2019-2023年光线传媒股份有限公司发展能力 325
- 图表：2019-2023年上半年光线传媒股份有限公司盈利能力 326
- 图表：2019-2023年上半年光线传媒股份有限公司现金流量表 326
- 图表：2019-2023年上半年光线传媒股份有限公司投资收益情况 326
- 图表：2019-2023年上半年光线传媒股份有限公司主营收入 329
- 图表：2019-2023年上半年光线传媒股份有限公司偿债能力 330
- 图表：2019-2023年上半年光线传媒股份有限公司盈利质量 330
- 图表：2019-2023年光线传媒股份有限公司发展能力 330

- 图表：2019-2023年上半年年光线传媒股份有限公司盈利能力 331
- 图表：2019-2023年上半年光线传媒股份有限公司现金流量表 331
- 图表：2019-2023年上半年年光光线传媒股份有限公司投资收益情况 332
- 图表：北京小马奔腾壹影视文化发展有限公司 341
- 图表：2019-2023年慈文传媒股份有限公司主营收入 343
- 图表：2019-2023年电视机剧目 347
- 图表：2019-2023年网络电视机剧目 347
- 图表：2019-2023年上半年主营收入构成 347
- 图表：经营构成分析 361
- 图表：天歌集团子公司结构图 377
- 图表：天歌传媒经营分布 379
- 图表：2019-2023年上半年新文化主要收入 384
- 图表：三大视频公司全网热播综艺点击量比较 392
- 图表：各个网站使用情况 396
- 图表：2019-2023年中季度 400
- 图表：“90后”在线视频月活跃度 406
- 图表：2024-2029年中国电视剧行业供给预测 434
- 图表：2024-2029年中国电视剧行业需求预测 435

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20171017/93497.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)